

Team MIS

장우
리영수
림경섭

1.비즈니스 모델



소비자들은 외국의 제품들을 손쉽게 구매할수 있고 전세계 각국의 쇼핑사이트에게 많은 소비자들을 소개한다.

2. 시장 세분화

❖ 학생

❖ 직장인

❖ 수집

❖ 개인

3.거점 시장 파악

언제 어디서나 세계시장을 꿰뚫을수 있는 서비스

Total Adressable market

중국 한국 시장

Serviceable Available Market

60%이상의 스마트폰 사용

Serviceable Obtainable Market

중국 13억 인구

5. 목표 고객 페르소나 작성

PERSONA

:가면이라는 뜻의 심리학 용어
(고객을 대표하는 특정 인물)



아이에게 어울리는 옷과 장난감을 사고 싶은데 마켓은 종류가 너무 제한되어 있고 평범해요.

Goals

- 타국의 소지품을 소유하고 싶어요.
- 새로운걸 찾고 싶어요.
- _____.
- _____.
- _____.

이름 서지용

Primary Persona
(Earlyvangelist)

근무처

나이:33
직업:G 기업
위치:북경
연봉:5~6만 위안
결혼유무: 기혼

about

33세 가정을 이룬 서지용씨는 딸과 아내에게 특별한 선물을 해주고 싶으나 마땅한 것이 없어서 고민이다.

걱정들(problem/Fear)

- 다른사람이 소지하고 있는건 싫어요.
- 외국 쇼핑물은 알아보기 힘들어요.
- _____.
- _____.
- _____.

6. USE Case(사용자 시나리오)

- ① 앱 다운로드 - 팔로우
- ② 원하는 국가 제품 선택
- ③ 서비스요구 - 상품 획득

7.사업 성공 핵심 역량

- 빠르고 정확한 번역서비스로 고객 만족
- 쉽게 구매 자료를 획득할수 있다.
- 고객이 요구하는 마켓(제품) 정보 제공

8.경쟁사 분석

- 알리바바

- I. 많은 회원수

- II. 다양한 품종

- III. 다양한 가격

- G마켓

- I. 오랜 역사

- II. 인정된 품질

9. 경쟁력 포지셔닝 차트 그리기

